fromthevault



local bands
and
gigs t-shirts
and
other kind of
merchandise

VOL.2

fromthevault

local bands
and
gigs t-shirts
and
other kind of
merchandise

VOL.2

FOREWORD

Halo!

Kembali lagi bersama edisi kedua proyek local band and gigs t-shirts and other kind of merchandise yang dipersembahkan oleh from the vault. Mohon maaf atas keterlambatannya, karena pekerjaan dan lain hal yang di luar dugaan edisi kedua ini molor terbitnya, padahal materi udah siap dari bulan maret akhir/ april awal.

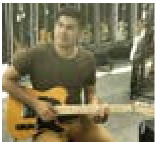
Seperti biasa, kami selalu mengharapkan bantuan teman-teman dalam rupa pinjaman kaos untuk difoto. Kalo kalian liat edisi dua ini, jumlah kaos yang difoto lebih sedikit dari edisi pertama. Nah itulah salah satu kendalanya. Kira-kira demikian. Jadi, kalau kalian punya koleksi merch band atau gig lokal dalam bentuk kaos maupun jaket, pin, stiker, dll dll, jangan ragu-ragu untuk menghubungi kami di akudenan@gmail.com atau akun twitter @fromthevault_

Salam, denan

CONTRIBUTORS



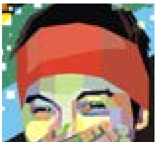
Afi Motik, juragan kedai penkek paling yoi di Surabaya ini nyumbangin tulisan yang berisi gundah gulananya dia dalam dunia merchandise. Tulisannya enak dibaca, lebih enak lagi kalo sambil makan penkek atau aneka makanan berbasiskan kentang di blackbird pancake and beers. Akun twitternya @afimotik, tapi dia lebih sering aktif di @ blackbirdsby



Joseph Sudiro, pemain bass untuk band Vox, sebelumnya di Jelly. Aktivis #SBD3, buzzer (walopun sekarang kayanya udah jarang), environmentalist,idaman perempuan . joseph meminjamkan beberapa merch band jaman dia belum pindah ke Jakarta. Cek akun twitternya @ josephsudiro



Bagus Priyo Sasmito, alias Bagong, illustrator/ penata artistik untuk band Hi Hom! dan banyak band lainnya. Salah satu penggerak kolektif Milisi Fotocopy ini menjadi lay outer edisi lalu. Karena kami suka dengan hasilnya (dan gaada teman lain yang cukup selo untuk dimintain ngelay out), jadi dia kami minta buat ngelay out lagi untuk edisi ini. Seperti biasa akun twitternya @ilusitanpabatas



Sandz Why. Apdet status fesbuknya bikin kalian semua mikir, senyum, terus mikir lagi. Langsung aja ke akun facebooknya https://www.facebook.com/ DenyArySandy. oh iya, selain nyumbangin kaos bertemakan punk/HC, dia juga nulis lo.



Yorgita Pascallanda. Siapa yang ga kenal yorgita? Kali ini dia berbaik hati berpose make kaos-kaos band. Feeling tah? Langsung aja ke @yorgita

From the vault proyek local band and gigs t-shirts and other kind of merchandise volume 2

Denantyo Bagus: kontributor foto, kontributor t-shirt
Bagus Priyo: kontributor lay out
Joseph Sudiro: kontributor t-shirt
Sandz Why: kontributor t-shirt, kontributor tulisan
Afi Motik: kontributor tulisan
Yorgita Pascallanda: model lookbook
Foto-foto dalam edisi ini diambil di studio Artluz, lantai 2 Shop n Drive ngagel setelah pertigaan Uranus kalau dari pucang
Foto-foto kontributor diambil di akun twitter/facebook mereka, belum ijin sih jadi tolong diijinin ya frens.



From The Vault adalah sebuah proyek publikasi dokumentasi dan arsip scene anak muda Surabaya, khususnya musik. Bentuk publikasinya bisa berupa zine, buku, pameran, dan bentuk-bentuk lain yang tidak terpikirkan sebelumnya. Atau sudah. Ah sudahlah, yang jelas From The Vault disiapkan untuk menjadi seperti itu kira-kira.

Local Bands and Gigs T-Shirts and Other Kinds of Merchandise adalah proyek pendokumentasian artefak pernak-pernik band dan acara musik lokal. Kaos, pin, stiker, tas jinjing, atau mungkin pakaian dalam, semuanya adalah jejak kalau sebuah band dan acara itu pernah ada, dan pendokumentasian ini mencoba menggali ingatan kita terhadap itu. Proyek ini merupakan proyek interaktif, dimana para penggemar/ musisi mengirimkan kaosnya untuk saya foto. oleh karena itu, ini akan menjadi sebuah proses yang panjang, dengan zine yang rutin diterbitkan melalui Fron The Vault sebagai bentuk apresiasi dan pertanggung jawaban kepada mereka-mereka yang sudah meminjamkan koleksi pernak-pernik mereka.

Makin kesini, rasanya semakin banyak keluhan adanya pembajakan, illegal download dan lain sebagainya. Dampaknya besar banget ke industri musik. Di Indonesia, uda berapa toko kaset (rilisan fisik) yang gulung tikar. Yang terakhir, Aquarius Mahakam yang memutuskan menutup tokonya, sell all their CDs, dengan potongan besar. Itu baru toko kaset. Belum label. Dan yang bikin ga asiknya lagi, sekarang musisi Indonesia lebih seneng ngerilis satu dua single, terus tur keliling Indonesia. Maen aman, investasi dikit, mayan ada single buat modal dagangan. Ngejarnya di live performance dan berharap venue nya ga dibobol aja sih. Dulu jaman rame2nya RBT, banyak rilisan single yang cuman dirilis di RBT. Lha terus kalo uda suka lagunya, mau dengerin full song nya dimana? Sekarang lebih mending banyak solusi penjualan digital macam iTunes Store. Dan di masa depan, iTunes Store yang ribet kudu pake credit card ini mungkin sistem pembayarannya bisa dirubah menjadi potong pulsa.
Yang jarang diperhatiin ama musisi adalah penjualan merchandise. Merchandise ini, bentuknya bisa macem2 dan dampaknya bisa gede baik buat kas band dan juga untuk sarana promosi. Setiap produk merchandise anda digunakan, nama band anda akan terpampang besar-besar. Apa yang lebih efektif dari itu? Jualan kaosnya dapet duit, kaosnya dipake, eh dapet promo pula.
Tapi, ada beberapa hal yang perlu diperhatiin buat sebuah band atau musisi dalam ngerilis merchandise dari bandnya.

Stay true, ini yang pertama. Merchandise yang dikeluarin, usahain sejalan ama konsep musik yang ditawarkan. Kaitannya ama image bro. Ya kalo seumpama musiknya bergenre rock n roll garage, masa iya ngerilis liontin kalung bling-bling? Kaos, ini pilihan yang banyak diambil. Beberapa saat yang lalu, Luise Najib, salah satu peserta the Voice Indonesia merilis merchandise berbentuk tote bag. Berbeda dengan band besar macam Kiss, mereka merilis apa aja, pasti laku. Mulai dari kaos, action figure, sampe mobil2an aja diburu fansnya. naif, juga pernah merilis action figure dan di albumnya Let's Go, mereka merilis albumnya dalam format USB Flashdrive berbentuk figure para personel naif. Dengan harga yang sedikit mahal dari flashdrive biasa, mustinya flashdrive ini merupakan salah satu koleksi wajib dari para die hard fansnya. Diterapkan oleh band indie Slank dengan merilis CD atau kasetnya yang disertai dengan merchandise seperti kantung goni, kondom, kalung plastik dll. Yang sering digunakan adalah merilis album disertai dengan kaos. Biar lebih seru, langkah yang dilakukan musisi grunge Zorv juga layak ditiru. Mereka membundling rilisan CD nya dengan kaos dan tiket masuk launching album Savage nya di Blackbird Cafe Surabaya.

Multiplicity aka 1+1=3. Bundling macam ini beberapa kali What's so special? Rilisan merchandise yang dibikin terbatas, selalu diburu die hard fansnya. The Marmars, band punk dari Bandung, merilis seri kaos yang kebanyakan mengadopsi logo-logo terkenal, dan diganti dengan tulisan the Marmars seperti Starbucks, Fatman Records, McD, dll. Pearl Jam, saat launching album Lightning Bolt kemarin, bekerjasama dengan Volcom, merilis kaos edisi terbatasnya di NYC. Pearl Jam ini juga kerap menggunakan disain dari fans nya untuk kemudian diproduksi dan dijual. Yang paling updet, PJ membawa alat cetak sendiri dan mencetak song list yang dibawakan malam itu di atas kaos. Hal ini sama dengan yang dilakukan Slank, yang membiarkan slankers untuk memproduksi merchandise mereka dan membiarkan penggunaan logonya oleh slankers. Keunikan-keunikan ini menjadi nilai lebih bagi fans yang dijadikan alasan untuk membeli produknya. Marketing Strategy. Disini yang perlu diperhatikan adalah, dimana merchandise itu akan dijual. Yang sering dilakukan adalah menjual secara online atau di distro. Bikinlah fanpage di FB atau akun twitter, jadi bisa digunakan sebagai etalase untuk memajang produk merchandise anda. Seperti yang dilakukan Shaggydog dan Doggy House nya. Di markas Shaggydog, yang kerap disebut Doggy House, mereka memajang produk merchandise Shaggydog dan Dubyouth disertai dengan produk-produk lain. Lalu jangan lupakan penjualan langsung di venue tempat anda tampil. Mintalah meja kecil, bawa rak lipat display, hanger untuk memajang produk-produk merchandise anda. Hal ini kerap menjadi salah satu sarana yang efektif seperti yang dilakukan Dida, duo pop asal Surabaya yang berhasil menjual ludes merchandise bandnya saat tampil di beberapa event. Khusus untuk sticker atau pin, biasanya sebuah band akan melemparnya dari panggung. Linkin Park, pas mampir di Indonesia kapan hari, malah melempar banyak stick drum dan pick gitar seusai konser. Tapi tetep,merchandise yang diburu adalah stick drum yang sudah rusak-rusak karena digunakan saat di panggung.

Produksi. Carilah partner produksi yang dapat saling menguntungkan. Ketika musik anda sudah cukup dikenal, sebenarnya banyak brand clothing yang bersedia membuat produk kaos dari band anda, dengan sistem kerjasama bagi keuntungan. Jadi, sebuah band tidak perlu mengeluarkan budget tertentu untuk memproduksi kaos bandnya.
Di Indonesia, hal ini sangat dimungkinkan mengingat menjamurnya distro dan brand clothing local yang sudah membuka kanal untuk kerjasama seperti Ouval, unkl347, dll. Ada juga produk alternatif seperti buckle atau liontin atau cincin yang diproduksi Fourspeed dimana saat ini telah banyak musisi beraliran cadas yang bekerjasama dengan brand ini untuk memproduksi merchandise yang unik. Metallica, saat tampil di Indonesia kemarin, merchandise resmi bandnya diproduksi di Indonesia. Sayangnya, harganya mahal tapi tidak diimbangi oleh kualitas. Makanya, malah lebih banyak fans nya yang make kaos Metallica tour Indonesia unofficial yang dirilis secara bawah tanah oleh orang Indonesia.

Uniqueness. Hampir sama yang uda dijelasin di stay true, merchandise band yang banyak diburu adalah merchandise yang unik. Dan kalo mau membuka pikiran sih, merchandise sekarang juga bukan hanya sesuatu yang bersifat fisik. Aplikasi di hape, seperti Slayer yang merilis game pinball, juga dapat menjadi salah satu alternatif. Slank dan naif juga pernah merilis game yang sayangnya kurang mengena. Ga ada batasan untuk jenis merchandise yang akan dijual atau diberikan ke fans.

Afi Motik,





DE DESTINO





HADAP KIRI



HI MOM!



HI MOM!



JELLY



LET'S GO C'MON BABY





LET'S GO C'MON BABY




YOUTH
CREW

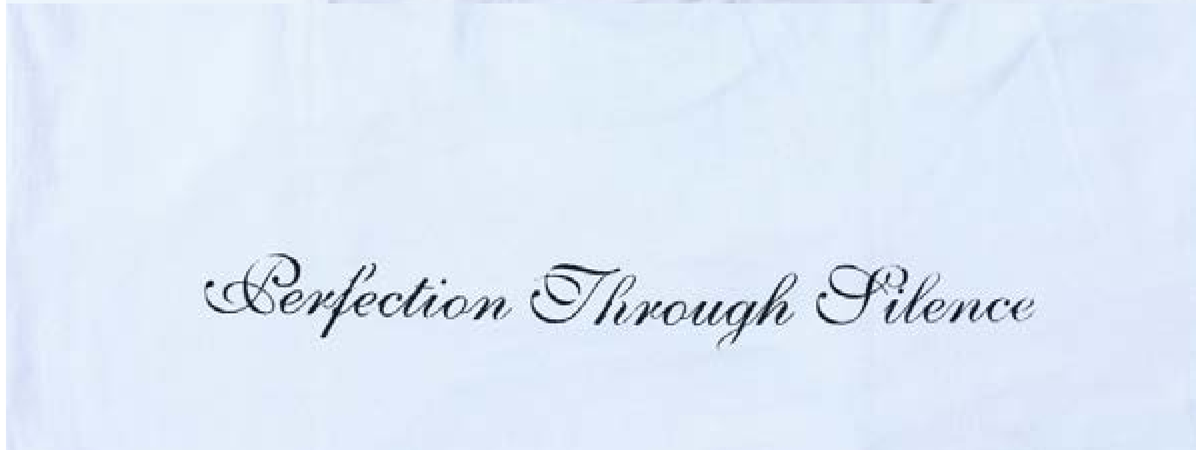

NGEYEL
MADONNA
IS
MURDER
MADONNA
IS
MURDER


NGEYEL
CREW
OFFICIAL





PERFECTION
THROUGH
SILENCE





THE
SINNERS







TAMAN
NADA



SKA BANTON



VOX





VOX





VOX

AKU INGIN JADI ASTRONOT
TAPI AKU GILA #2





Ini ceritanya essai ndek-ndekan tentang Band Merchandise, lebih spesifiknya adalah kaos band, seketika muncul analogi bahwa korelasi antara musisi atau band dengan merchandisenya serupa Philip Kotler dengan Kevin Lane Keller. Peran kaos band sebagai band merchandise adalah bagaimana sebuah musisi atau band dapat berbicara lebih dari sekadar lagu, menyapa lebih dari sekadar konser, dan menciptakan pasar secara independen melalui sebuah media merchandise. Singkat kata kaos band memiliki kontribusi besar dalam proses branding sebuah band.

Sebagian masyarakat umum mungkin bertanya-tanya ketika saya mengenakan kaos bergambar Band A. Sehingga muncul pertanyaan, “Kaosmu kok unik gitu gambarnya? Tulisan itu artinya apa?”. Sebuah naluri dan pengaruh bawah sadar, secara otomatis saya menjelaskan ngalor-ngidul bahwa Band A adalah nama sebuah band asal Surabaya, dan makna dari desain tersebut adalah blablabla. Pada proses tersebut sebuah kaos band memerankan peran brandingnya untuk menarik rasa penasaran bagi masyarakat yang belum mengenal band tersebut. Selain berperan sebagai ambassador suatu band, kaos band adalah suara visual dari sebuah band untuk menyuarakan pesan dari suatu album, lagu atau sekadar merepresentasikan jati diri band tersebut.

Kaos band merupakan media yang berdampak mutualisme antara penggemar dan band favoritnya. Dari fans berat hingga bocah yang suka main “famili-familian” tentunya sependapat bahwa cara termudah untuk mengapresiasi sebuah band favorit selain membeli rilisan album atau datang ke konser adalah dengan mengoleksi kaos bandnya. Dari sekadar gengsi hingga benar-benar koleksi, kaos band merupakan properti pribadi dari masa ke masa. Fanatisme inilah yang kemudian menjadi embrio “pasar” yang dapat diciptakan sendiri oleh suatu band atau label.

Nah, kalau sudah ngomongin pasar inilah kerap terjadi kegalauan antara idealis atau komersil. Namun terlepas dari tujuan dirilisnya sebuah kaos band, hendaknya kaos band tetap pada kodratnya sebagai merchandise band. Bukan lantaran menguasai pasar karena new realease langsung sold out maka sebuah band fokus pada penjualan merchandise sehingga melupakan produktifitas musik. Karena Musik dan Konveksi adalah dua kolam yang berbeda, maka diperlukan kebijaksanaan untuk menentukan prioritas. Gak lucu kan, ketika penikmat sudah hafal semua lagu dalam album, bahkan sudah beli kaos band, tapi bandnya gak update soal materi lagu.

Sandz why




SIREN A DENIA


KU INGIN JADI ASTR
TAPI AKU GILA#2


orry we never did
a tour






and
Pray






we' lovin it


THE
SKA


NTON


IS








VOX




smile

E N D

local bands
and
gigs t-shirts
and
other kind of
merchandise

VOL.2

